

## CAPÍTULO XI

**LOS NUEVOS PARADIGMAS PARA ENSEÑAR EN  
LAS CARRERAS DE COMUNICACIONES EN  
AMÉRICA LATINA. MANUAL DE CÓMO NO PERDER  
ADEPTOS A LA COMPETENCIA COMUNICATIVA.****Fidel Arturo López Eguizábal***Universidad Francisco Gavidia, El Salvador***Resumen**

Las nuevas formas de enseñar periodismo y carreras de comunicaciones en las universidades latinoamericanas están rompiendo paradigmas. Existe diversidad de contenidos que es necesario analizar para poder saber cómo aplicarlos en el contexto moderno en la era virtual.

Es interesante descubrir cómo han avanzado las tecnologías y la forma de enseñar. Las universidades aplican periódicamente reformas en las currículas. El objetivo ha sido cautivar a los estudiantes y lograr enseñarles lo que se necesita aprender; con ello logra emplearse en un medio de comunicación o tener su propia empresa.

No es competente ver a un estudiante de periodismo que siga solamente escribiendo textos y tomando fotos. En la actualidad el mundo digital sigue transformando esta carrera. Es más, la licenciatura en periodismo le apuesta también al formato digital. Un clic es suficiente para publicar información y se viralice por el planeta. Se debe tener en cuenta que se compete con cibernautas que hacen páginas web: son youtubers, blogueros, etc.

Por lo tanto, la investigación se centra en los aspectos positivos por la utilización de las tecnologías modernas en la era actual en las universidades; además de las oportunidades que se tienen para poder educarse en muchos contextos. Un curso de aprendizaje libre “MOOCS” permite aprender, sin necesidad de estar inscrito en una universidad.

Las universidades tienen que hacer una reingeniería constantemente en muchos aspectos como capacitación docente, cambios curriculares, adaptación a nuevas tecnologías y equipamiento de las escuelas de comunicación, especialmente en la didáctica referente a las nuevas formas de enseñanza-aprendizaje. Si no lo hacen se decepcionarán los estudiantes.

Las personas que no están inscritas en las universidades juegan a ser comunicadores o periodistas. La alfabetización digital está marcada cada vez más y es idóneo que se enseñe desde una perspectiva holística debido a la heterogeneidad de entes comunicativos existentes. Las comunicaciones 2.0 y la “Generación Y” o “Millennials”, están enfocadas más a carreras en el ámbito virtual.

## **Abstract**

New ways of teaching journalism and communications careers in Latin American universities are breaking paradigms. There is a diversity of content that needs to be analyzed in order to know how to apply them in the modern context in the virtual age.

It is interesting to discover how technology has advanced and how to teach. Universities regularly apply curriculum reforms. The goal has been to captivate the students and to teach them what needs to be learned; With that he manages to be employed in a medium of communication or to have his own company.

It is not competent to see a journalism student who continues to only write texts and take photos. At present, the digital world continues to transform this career. Moreover, the degree in journalism also bets on the digital format. One click is enough to publish information and become viral on the planet. It should be borne in mind that competing with netizens who make web pages, are youtubers, bloggers, etc.

Therefore, research focuses on the positive aspects of the use of modern technologies in the current era in universities; In addition to the opportunities that have to be educated in many contexts. A free learning course "MOOCS" allows learning, without having to be enrolled in a university.

Universities have to constantly reengineer in many aspects such as: teacher training, curricular changes, adaptation to new technologies and equipment of communication schools, especially in the teaching of new forms of teaching and learning. If they do not they will disappoint the students.

People who are not registered in universities play as communicators or journalists. Digital literacy is increasingly marked and it is appropriate to teach from a holistic perspective due to the heterogeneity of existing communicative entities. In addition, 2.0 communications and "Generation Y" or "Millennials", generations "Z" and those that come, are giving a different twist to teach.

**Palabras Clave:** educación virtual, comunicación virtual, cambios curriculares, aprendizaje empírico, carreras virtuales, alfabetización digital, paradigma.

## **Introducción**

Las escuelas de periodismo tienen que estar preparadas para competir con noticias falsas, con información no veraz y un sinnúmero de páginas de noticias falsas. Tal como lo afirma el papa Francisco, quien exhortó a no confiar en algunos medios de comunicación, él mismo fue víctima de una falsa noticia, en donde se manifestaba que apoyaba al candidato republicano Donald Trump en la pasada elección presidencial de Estados Unidos.

Desde esta retórica, los estudiantes deben saber discernir, aparte de todos los conceptos y prácticas educativas, en saber aprender más allá de sus narices. Esto se suma también a la línea editorial a la que pertenezca en el futuro mediano. No se puede dejar de estar aprendiendo las nuevas tecnologías en pleno siglo XXI. Las currículas deben cambiar, sino las escuelas de comunicaciones no podrán enfrentar los cambios en la sociedad del conocimiento.

Ser autodidacta y aprender a través de las TIC, hace que la sociedad del conocimiento sea más rápida y fácil de asimilarse. En el área de las comunicaciones y periodismo, cada día surgen nuevas formas de aprendizaje o se desechan algunas formas tradicionales de hacer periodismo. Así como algunos periódicos o revistas ya no existen o se convirtieron al mundo digital, de esa manera, un estudiante debe asumir retos y nunca quedarse con los conocimientos aprendidos en la Alma Mater.

## **Metodología:**

Se realizó una investigación cualitativa, se tomó datos de universidades latinoamericanas, en especial de las facultades de periodismo y comunicaciones de El Salvador. Algunas entrevistas realizadas a personas que lideran las escuelas de comunicación confirman que existen cambios vertiginosos que se realizan continuamente en el mundo de las comunicaciones.

## **Transformación de la enseñanza en las carreras de comunicación en universidades latinoamericanas frente a otros tipos de comunicación.**

Un maestro tiene que enseñar actualmente, no solo aferrándose a los planes o currículas de las carreras en el área de comunicaciones o periodismo. En los tiempos de la era de la información y la utilización de las tecnologías de la Información y la comunicación (TIC), los maestros deben saber utilizar las nuevas formas pedagógicas y didácticas para enseñar. Por ejemplo, los alumnos tienen que tener competencias o habilidades que se identifiquen con la modernidad y la globalización. A continuación detallo todas las herramientas que deben poseer en la era digital:

- Abrir canales en YouTube.

- Tener una cuenta en todas las redes sociales posibles.
- Crear blogs para que sirvan de fuente periodística o medio de comunicación. El cual se puede utilizar como hoja de vida en un medio de comunicación.
- Habilidades para o incorporarse en los “MOOCS” y enseñar sus habilidades a los demás. Ejemplo: aprender un curso de fotografía.
- No solo tiene que saber el uso de los programas convencionales, además tiene que saber edición adaptada a los nuevos programas.
- Poseer cuentas en la Nube.
- Poseer una página web como “WIX”.
- Saber editar videos en todos los formatos.
- Aplicaciones móviles.
- Aprendizaje sobre el uso de tecnologías web como weblogs, redes sociales, wikis, web 2.0, etc.
- Manejar aplicaciones de Community Managers.
- Se deben proporcionar las condiciones necesarias para que los alumnos editen de una forma física y online periódicos, revistas, boletines, etc.
- Las universidades deben poseer los laboratorios para las prácticas educativas.
- Enseñanza de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación.
- Virtualización de las carreras de comunicaciones, periodismo y afines.
- Utilización de vocabulario y aplicaciones en redes sociales como Hangout, hashtag.
- Facebook Live.
- Narrativas multimedia, análisis de datos, métricas digitales y de redes sociales, entre otros aspectos en la era digital, etc.

Se evidencia que se debe estudiar primeramente un vocabulario totalmente extraño para un estudiante de comunicaciones, además de tener la capacidad mínima de manejar las tecnologías que se presentan en la Internet.

Los manuales para periodismo, los investigadores y comunicólogos que a través de la historia se han estudiado en las aulas universitarias, quedan en

un segundo plano. Actualmente se comprueba que con solo el hecho de poseer un smartphone se abre a las personas a la aldea global y les ayuda mucho al proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las tecnologías modernas están haciendo que las universidades cambien su currícula y capaciten a los docentes en áreas informáticas y comunicaciones 2.0.

Se sabe que se puede tener una currícula o planes de estudios; sin embargo se debe acoplar a las tendencias modernas. Por ejemplo, Facebook Live, plataforma que es utilizada para transmitir en vivo en cualquier parte del mundo que se tenga acceso a la red social Facebook o se tenga internet, lógicamente. A una cabina de radio le sirve para transmitir en vivo sin problema alguno. Los mismos noticieros de televisión están adaptándose a este formato para poder transmitir a todo el mundo.

A lo anterior también se le suman otras premisas que son fundamentales en la era moderna, lo cual ha ido cambiando gracias a las TIC. Una noticia o una información, actualmente se vuelve eficaz y eficiente, a saber: “Producto digital, hipertexto, instantáneo, actualizable, contenidos personales, información mundial, accesibilidad, interactividad, personalización, multimedia, páginas en lugar de secciones, no existe la noticia de cinco columnas, la fotografía y el color son elementos destacados en Internet y es gratuito”.<sup>99</sup>

Jesús Martín Barbero expresa que “Para lo cual la escuela debe interactuar con los campos de experiencia en que hoy se procesan los cambios: desterritorialización/ relocalización de las identidades, hibridaciones de la ciencia y el arte, de las literaturas escrituras y las audiovisuales, reorganizando los saberes desde los flujos y redes por los que hoy se moviliza no sólo la información, sino el trabajo y la creatividad, el intercambio y la puesta en común de proyectos, de investigaciones, de experimentaciones estéticas. Y por lo tanto interactuar con los cambios en el campo/ mercado profesional, es decir con las nuevas modalidades que el entorno informacional posibilita, con los discursos y relatos que los medios masivos movilizan y con las nuevas formas de participación ciudadana que ellos abren especialmente en la vida local”.<sup>100</sup> La pregunta engorrosa es ¿Qué deben enseñar en las

---

<sup>99</sup> Montiel, Maryalejandra; Villalobos, Fernando. “La enseñanza del periodismo en el siglo XXI: un desafío entre lo impreso y lo digital”. TELOS, Revista de estudios interdisciplinarios en Ciencias Sociales Universidad Rafael Belloso Chacón. Septiembre 2005. P. 403 a 405. <http://www.redalyc.org/pdf/993/99318837005.pdf>

<sup>100</sup> Martín-Barbero, Jesús. “Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación”. Comunicación/Educación. Textos de la Cátedra de Comunicación y Educación. Santafé, Bogotá, Colombia, 2017. <http://comeduc.blogspot.com/2007/04/jess-martn-barbero-heredando-el-futuro.html>

universidades en el área de comunicaciones para que los alumnos encuentren oportunidades laborales?

### **La enseñanza para un comunicador moderno**

Un estudiante de comunicaciones tiene que poseer habilidades y destrezas, abrir su propio blog y redactar, escribir historias para que pueda darse a conocer y hacer su marca personal, un ente que lo identifique. Antes, en la era de la mercadotecnia tradicional, solamente a diez personas se les podía vender un producto o servicio, debido al alcance de la comunicación de boca en boca; en estos tiempos es más fácil hacer “branding personal” y poder hasta abrir un medio de comunicación desde la casa. Un clic y todo el mundo lo sabe.

Las universidades no solo deben ser capaces de enseñar carreras en modalidad presencial; también en el área de las carreras de comunicaciones deben estar en la vanguardia y enseñar en modalidad virtual. La plataforma “Google Drive” es un ejemplo clave en este tipo de aprendizaje. Además, con verificar el aprendizaje en Moodle es suficiente como para verificar que las universidades están a la vanguardia.

“En la actualidad muchas universidades incursionan en esta modalidad educativa - bajo diferentes denominaciones- como un medio para producir nuevos ingresos y extender su influencia dentro de un mercado del conocimiento cada vez más competitivo. La literatura especializada (Bates, Rada, Tschang, Valenzuela) coincide ampliamente en admitir que la universidad del siglo XXI afronta grandes desafíos como producto de dos fenómenos de escala mundial: la globalización y la introducción de las “TIC”. Las crecientes y diversas necesidades de formación, aunadas al desafío de formar profesionales en y para un escenario -social económico y del mundo del trabajo- altamente cambiante, exigen de las universidades estrategias educativas distintas”.<sup>101</sup>

Los maestros deben saber que los procesos comunicativos, sociales y culturales han cambiado. Los estudiantes en las universidades desean aprender más, aparte del aula. Esto también conlleva a repensar en que no solamente los estudiantes universitarios tienen acceso para estudiar una carrera. Es de vigilar a las futuras generaciones, a los niños, para que utilicen correctamente las tecnologías.

---

<sup>101</sup> Haak Leak, Sulmont. (2004) “La Universidad virtual en la era virtual y el desarrollo de dispositivos de formación (Virtual University and the development on learning structures). Universidad Peruana de Ciencias aplicadas, Perú. P. 164.

Un niño es capaz de crear su propio canal en YouTube, no hay problema; la cuestión está en qué tipos de video ha subido o qué repercusiones acarrearía. Lo mismo sucede con la información que se aloja en la red, no todo es positivo o creíble.

Las nuevas formas de comunicación ayudan. Se detalla a continuación su importancia: Perspectivas para el siglo XXI: convergencia de los medios y explosión de la información.

Debido a la imposibilidad de hacer predicciones en el campo de la revolución tecnológica, se vuelve más factible hablar de las tendencias de cambio o, en otras palabras, la dirección que está tomando dicha revolución. Las tecnologías de comunicación apuntan hacia estos avances:

- Una digitalización total de los sistemas de audio, video y transmisión de información.
- Una mayor interactividad no sólo entre el medio y el usuario, sino entre los diferentes usuarios.
- Una mayor convergencia, tanto de los contenidos como de los equipos terminales.
- Una oferta y utilización de la información en forma diacrónica, de modo que el usuario pueda tener acceso a lo que quiera, en el momento y lugar que desee.
- Una gran explosión de información generada por el incremento exponencial en la capacidad de los canales de comunicación, lo cual traerá como consecuencia un potencial en constante crecimiento a este respecto”.<sup>102</sup>

“Recuerdo que hace algunos años era muy fácil identificar y clasificar los Medios y Periodistas que laboraban en Medios Tradicionales (de Radio, TV, Impresos, etcétera). Pero, ¿qué tal hoy? Con la digitalización de la comunicación, tanto los Medios como los Periodistas se han vuelto Multiplataforma; un medio que surgió tradicionalmente como periódico, hoy también tiene presencia online, al menos un programa de TV o radio, un canal de YouTube y demás. Y esto, más que asustarnos, lo debemos ver como una gran oportunidad que debemos capitalizar para dar mayor visibilidad a nuestras marcas”.<sup>103</sup>

---

<sup>102</sup> Rost, Alejandro. “La interactividad en el periódico digital” Publicado enero de 2006. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://red-accion.un-coma.edu.ar/Libros/Lainteractividad.pdf>

<sup>103</sup> Forbes México. “Relaciones Públicas Digitales: 7 tendencias en la mira para 2016” Publicado noviembre 30 de 2015. Disponible en: [http://www.forbes.com.mx/relaciones-publicas-digitales-7-tendencias-en-la-mira-para-2016/?utm\\_content=buffer3f888&utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter.com&utm\\_campaign=buffer#gs.=GhqEXE](http://www.forbes.com.mx/relaciones-publicas-digitales-7-tendencias-en-la-mira-para-2016/?utm_content=buffer3f888&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer#gs.=GhqEXE) 25/07/2016

Se demuestra que ha cambiado la forma de comunicarse, no solo para el mundo periodístico, si no en todas las áreas del mix de marketing digital.

A continuación se verifica que los comunicados de prensa han logrado cambiar su formato, a saber:

“Es sorprendente cómo, en esta era digital en que los hábitos de comunicación de las personas han cambiado y siguen transformándose cada día de forma acelerada, aún haya marcas que utilicen únicamente los Comunicados de Prensa tradicionales (formato Word) para dar a conocer sus novedades y generar ruido en su audiencia. Hoy, y no se diga 2016, será el tiempo para dejar atrás este único recurso y convertir nuestros Comunicados en una experiencia más “social”, que no sólo llame la atención de los periodistas, sino que también provoque ese *buzz* que estamos buscando para nuestras marcas”.<sup>104</sup>

Se evidencia que un estudiante puede quedar decepcionado de una carrera universitaria si no posee los recursos idóneos modernos para aprender.

### **Las nuevas formas de enseñar en la educación moderna**

La enseñanza universitaria ha cambiado vertiginosamente; un periodista podrá haber recibido premios, saber redactar noticias, ortografía, entre otros aprendizajes; sin embargo, si no se logra acoplarse a los nuevos procesos de enseñanza, no tendrá el objetivo esperado. Los procesos se han transformado, los mismos discentes se han acoplado a nuevos procesos de educación en las nuevas tecnologías

Los alumnos que estudian una carrera de comunicaciones tienen que estar siempre actualizándose, no es solo tuitear. Se analiza a personas “youtubers” que han logrado posicionarse en el mundo de las comunicaciones sin haber estado sentados en un aula universitaria. Por lo tanto, el maestro tiene que enseñar a interactuar más a los alumnos. No es fácil en un sistema complejo de comunicaciones.

Un alumno desfasado no posee Facebook. ¿Cómo podrá entonces lograr mercadear una marca o posicionar un producto o servicio si ni siquiera sabe lo que es un Community Manager?

Esto nos indica que, es oportuno que las escuelas de comunicaciones enseñen con pedagogías actualizadas y competentes. No es fácil, pues se necesita de inversión, más cuando sabemos que los softwares se van desactualizando.

Los maestros están sabedores de que en estos tiempos de la era virtual, un alumno puede darse a conocer más si utiliza las redes sociales. Nos hacemos

---

<sup>104</sup> Ibídem.



estas interrogantes: ¿Qué es lo que publica? ¿Están indexadas las publicaciones de los alumnos? ¿Los maestros también tienen sus canales en *YouTube*, o tienen blogs, etc.?

Guillermo Orozco evidencia sobre las nuevas formas de aprender acerca de las comunicaciones, a saber: "...hay nuevas posibilidades, aún con nuevos límites y determinaciones, hay nuevas posibilidades de asumir ese rol de comunicación de manera más integral y menos parcial como lo teníamos anteriormente de solamente ser espectadores. Los periodistas, los que somos comunicadores, hemos ido a la universidad para meternos en laboratorios... lograr una calidad en la producción técnica, ajustarnos a los lenguajes audiovisuales. Hay que asumir que no se nace para producir y enviar mensajes por los distintos canales tecnológicos y con distintas pantallas... corremos el riesgo que no nos vean, que no les interese lo que hagamos, aunque tengamos el canal no logramos seducir con nuestros propios productos..."<sup>105</sup>

### **Las radios virtuales y la globalización de las comunicaciones**

Las radios virtuales son otro tipo de comunicación moderna, la cual puede realizarse, construirse o habilitarse solamente teniendo un programa específico para abrir una en modalidad online. Esta clase de radios en muchos casos, no necesitan de un permiso para funcionar como tal. Es además una forma rápida de difundir información de las universidades o de una persona particular que puede transmitir desde cualquier lugar.

Fátima Vásquez, una alumna de la carrera de licenciatura en Comunicación Corporativa de la Universidad Francisco Gavidia de El Salvador, elaboró su propia radio virtual "Guanacos online"; además fue premiada por la Asociación de Periodistas Independientes de El Salvador, ASPIES, por ser "Periodista Destacada 2016".

"La radio la creé a raíz de la falta de oportunidades en los medios porque yo iba a varios casting y nunca me llamaban y en un momento comencé a pensar, que quizá, yo no era tan buena en esto de los medios, pero después me dije a mí misma que no, que yo tenía las habilidades necesarias y que podía llegar lejos si así lo quería; entonces me dije a mí misma que si los demás medios no me daban la oportunidad yo crearía mi propia oportunidad y fue que entonces se me ocurrió hacer mi propia radio y comencé a investigar en internet cómo se hacía y comencé con el proceso hasta que la creé. Yo considero que haber creado dicha radio me va a abrir muchas oportunidades porque siempre soñé con tener mi propio medio

---

<sup>105</sup> Orozco Gómez, Guillermo. "¿Qué condicionamientos enfrentan las audiencias modernas?" -Crónica Z Publicado 11 de enero del 2011. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=NiWr4xXaSnA> Consulta 10/12/2016

de comunicación y es lo que estoy haciendo, uno no puede esperar sentido por las oportunidades, si no llegan, pues hay que hacer nosotros mismos las oportunidades”.<sup>106</sup>

Con lo anterior se evidencia que en un lugar recóndito y con una tecnología acorde a la modernidad, se puede tener acceso a la comunicación e informar. Entonces, es un ejemplo para todos aquellos que desean aventurarse al mundo de las comunicaciones.

La era digital educa de una mejor forma. El acceso es más rápido a la información y por ende facilita que toda persona pueda crear un medio de comunicación. La libertad de expresión es un punto importante para permitir se extienda en los medios de comunicación. Es la piedra angular para educar a un municipio, a una región, a un país o a todo el globo terráqueo con una señal de radio online.

El candidato a doctor en Pedagogía, maestro Rafael Aparicio, y director de la “Radio UTEC”, mencionó los cambios en la enseñanza en la Licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador. Veamos qué mencionó:

### **¿Qué aprenden los alumnos en la asignatura de producción radial?**

“Los traemos a la radio, les enseñamos la parte digital de la radio, les enseñamos cómo se utiliza el micrófono, la consola... la radio web es una radio escuela. Los estudiantes quieren estar de presentadores de televisión, en una radio, de periodistas. Acá en la universidad se les motiva para que no se vayan. La radio que tenemos es en amplitud modulada (AM), no es comercial y está en la web. El alumno tiene que estar actualizado con las tecnologías”.

### **¿Cómo aprenden los alumnos a crear radios online?**

“En la actualidad, se les diferencia lo que es digital y análogo. En el país, la Superintendencia General de Electricidad, SIGET, no tiene nada que ver con lo virtual, eso le da oportunidad a los jóvenes de cómo se hace una radio. Hace poco se les enseñó en un colegio cómo hacer una radio virtual”.

### **¿Cómo hacer para que los alumnos aprendan con las nuevas formas de enseñar en el ámbito virtual?**

“Nosotros tenemos una escuela de comunicaciones, sabemos que hay muchos estudiantes, que incluso, sin estudiar informática o computación, tie-

---

<sup>106</sup> Radio Guanacos online. [https://m.facebook.com/Guanacos-Online-1622654334671352/?\\_\\_mref=message\\_bubble](https://m.facebook.com/Guanacos-Online-1622654334671352/?__mref=message_bubble) Consulta 02/03/2017

nen habilidades, las cuales las utilizan para crear este tipo de radios. Recuerde, existen los blogueros, youtuberos y otras tendencias; quienes se encargan de subir información para que muchas personas accedan a ellas. Esto funciona verificando cuántas visitas se tienen y si aumenta los radioescuchas. Asimismo, aparte de tener una radio virtual, también se logra identificar la eficacia de este tipo de radios. Eso sí, se debe tener presente que no todo lo que se sube a la Internet es objetivo o creíble. Sí se hace desde la universidad, los alumnos lo practican o crean; la información es más creíble, ya que depende de una institución formal”.

Se verifica que en cualquier formato digital se debe vigilar el tipo de información que existe. Hay miles de radios online, pero no todas cumplen las funciones o normativas del mundo periodístico. Las escuelas de comunicaciones compiten con personas que no están inscritas en las universidades, solamente necesitan de cierto conocimiento técnico para crear este tipo de radioemisoras. Es una competencia tanto para las universidades y los discentes, quienes utilizan estas radios a fin de poder ser utilizadas para informar y como un medio de hoja de vida. Las competencias que debe tener un maestro deben ser actualizadas constantemente. Cualquier persona puede informar a través de redes sociales u otra plataforma sin ser censurado.

En más de algún lugar recóndito se estará utilizando las radios online para otros fines no educativos, ya sea para propagar una guerra, calumnias, informaciones no investigadas o un alto grado musical con antivalores.

Con respecto a la televisión, es recomendable enseñar vocabulario técnico y toda la gama de guiones, casting, planos, etc. Es parte de la enseñanza. En la actualidad, no es solo de retomar lo que dijo Marchall McLuhan: “Somos lo que vemos”. La frase cambia en la actualidad: “Somos lo que publicamos”, según mi criterio.

El cuento de la “cajita mágica” está quedando en el olvido. Las redes sociales, la misma Internet están relegando a un tercer o cuarto plano la televisión. En la actualidad los formatos con la televisión digital deben ser acoplados en las universidades y por ende en las instituciones o empresas que los emiten.

Con un simple teléfono inteligente un estudiante o un particular puede hacer un video y subirlo a cualquier plataforma. No se necesita estudiar para productor. Eso es la diferencia. Si se está en el mundo del periodismo y/o en el mundo de la nueva era para comunicarse, las mismas empresas que fabrican estos aparatos se adaptan a los usuarios; así lo hace una Facultad de comunicaciones. En el siguiente enlace, del cual quedé sorprendido de lo que ha avanzado, el uso de la Internet explica hasta cómo una persona común y corriente puede hacer una noticia. Veamos: <https://www.youtube.com/watch?v=He22EGXJOql>

Aunque estemos en el año 2016, en el video se muestra cómo avanza la tecnología y las comunicaciones están cada vez más proliferadas; empero, aún hay millones de seres humanos que no tienen acceso a Internet.

### **Los cursos MOOCS y la revolución en el aprendizaje**

Los MOOCS Massive Online Open Courses (Cursos online masivos y abiertos), están proliferándose a escala global. Compitiendo con la enseñanza universitaria. No es necesario que una institución de educación superior sea la única en impartirlos.

Cuando iniciaron los cursos MOOCS, solo era para universidades de élite; actualmente ya se puede tener mayor accesibilidad; este es el caso de la evolución de la educación a través de internet. En el siglo XXI las personas pueden aprender a través de estos cursos sin necesidad de estar en una universidad.

Subir información a la “Nube” es también otro tipo de formato para lograr aprender e interactuar. Con todos estos procesos nuevos, los cuales van en un cambio constante, se logra identificar que las personas pueden estudiar a través del formato MOOCS cualquier tipo de curso, diplomado o ya sea una carrera universitaria.

Recibí dos cursos MOOCS y detallo los temas enseñados, los cuales son el nuevo panorama en el aprendizaje; a saber:

La nube y sus aplicaciones profesionales y educativas.<sup>107</sup>

- Google Apps para la Educación.
- Aplicaciones de Ofimática de carácter colaborativo: Office Web Ap.
- Herramientas de presentación: Prezi, Glogster y Cacao, entre otros.
- Aplicaciones para la Gestión de la Información: Dropbox, Dipity.

En las temáticas que se aplican a diario en el mundo de las comunicaciones es indispensable poseer hasta aplicaciones en celulares para acelerar la comunicación.

En el curso Herramientas 2.0 para el docente<sup>108</sup> se detalla sus temas:

---

<sup>107</sup> Moro Rodríguez, Manuel José. “La Nube y sus aplicaciones profesionales y educativas”. Universidad Pontificia de Salamanca. Publicado 28/08/2016. Disponible en: <https://miriadax.net/web/la-nube-y-sus-aplicaciones-profesionales-y-educativas>.

<sup>108</sup> Blásquez Sevilla, Alegría. “Herramientas 2.0 para el docente”. Publicado 28/07/2016. Universidad Politécnica de Madrid. Disponible en: <https://miriadax.net/web/herramientas-20-para-el-docente>.

- Gestión y administración de la información.
- Creación y publicación de contenidos.
- Comunicación y trabajo colaborativo.
- Evaluación del aprendizaje del alumno.

Como se observa, los softwares y aprendizajes online cambian; por lo tanto, los docentes y los alumnos deben actualizarse. Lo anterior es nada más uno de los avances que deben tener a la mano los estudiantes de comunicaciones.

### **Virtualización de carreras de periodismo. ¿Cómo y qué enseñar en los nuevos escenarios a los comunicadores en el siglo XXI?**

Muchas personas en el mundo están estudiando carreras virtuales; la misma globalización ha hecho que las cosas se vuelvan más fáciles para aprender; fáciles para los que poseen Internet y todo lo relacionado con las tecnologías educativas.

En el informe de Perspectivas Tecnológicas, de la Universidad Abierta de Cataluña, se analizan los avances en la tecnología que deben ser utilizados por las universidades, en este caso, para que se utilicen en las carreras de comunicaciones. Los cursos masivos en línea representan un reto. En el siguiente cuadro se especifican sus premisas; así:

Lista resumida del informe IB y del informe NMC Horizon 2012	
IB Educación Superior 2012-2017	NMC Horizon Report 2012
<b>Horizonte de implantación: un año o menos</b>	
Aplicaciones móviles	Computación en nube
Computación en nube	Aplicaciones móviles
Contenido abierto	Lecturas sociales
Entornos colaborativos	Tabletas
<b>Horizonte de implantación: de dos a tres años</b>	
Analíticas de aprendizaje	Entornos adaptativos
Aplicaciones semánticas	Realidad aumentada
Cursos masivos abiertos en línea	Aprendizaje basado en juegos
Realidad aumentada	Analíticas de aprendizaje
<b>Horizonte de implantación: de cuatro a cinco años</b>	
Aprendizaje basado en juegos	Identidad digital
Tabletas	Interfaces naturales
Entornos personales de aprendizaje	Internet de los objetos
Geolocalización	Computación basada en gestos

Fuente: "Perspectivas Tecnológicas Educación Superior en Iberoamérica 2012-2017.  
Disponible en:

[http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/17021/6/horizon\\_iberamerica\\_2012\\_ESP.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/17021/6/horizon_iberamerica_2012_ESP.pdf). P. 2.

Lo anterior indica que las nuevas tecnologías de la educación son cada vez más utilizadas; no es posible que algunas universidades se hayan quedado en el uso primitivo de la pizarra y el yeso para enseñar a los futuros profesionales de periodismo, comunicaciones o carreras afines.

Un curso idóneo que deben tomar los alumnos o el personal que está en el mundo de las comunicaciones son los cursos impartidos por Sandra Crucianelli o los que se enfocan en tendencias modernas en la Fundación Nuevo Periodismo iberoamericano FNPI, entre otros.

A continuación se hace referencia la importancia de los cursos en línea, los cuales pueden hasta brindar certificaciones. Importante para la práctica educativa extracurricular:

“Para Ignacio Ramonet (2003) el periodismo hoy se puede hacer sin periodistas, puesto que éstos pasan a ser parte de una cadena productora de información y su papel se reduce al de simples “retocadores de despacho de agencia” (p.47)”.<sup>109</sup>

“Kapuscinski (2003) retoma el concepto de cadena productora de información y establece una diferencia entre el periodista y el denominado ‘trabajador de los medios’, que ya no pone a prueba su capacidad creativa, sino únicamente su sentido de la oportunidad para sumar a la compleja industria de las noticias. Cuestiona la superficialidad y la pérdida del contacto directo con la realidad, lo que a su vez da paso al mundo virtual que vemos en la televisión o la Internet”.<sup>110</sup>

Los periodistas no son los únicos que pueden informar. Todo el mundo lo puede hacer, un smartphone es la herramienta que se necesita para relegar a los periodistas. Ya se ha discutido esto, no es un problema, es la realidad que envuelve a las comunicaciones modernas. Un estudiante ético, con deseos de aprender, no podrá detener la competencia de miles de personas que publican noticias por doquier. Entonces, ¿Tiene la carrera de periodismo que cambiar sus formas de enseñanza o se quedarán enseñando de la manera tradicional?

En la actualidad proliferan las agencias noticiosas, algunas veraces y objetivas; otras llenas de amarillismo, contradicción y noticias erróneas. Solamente en Facebook se puede crear una “Fanpage” de noticias locales para un municipio recóndito. Así de simple.

---

<sup>109</sup> Grisales, Jorge Manrique. “Enseñar periodismo para leer y narrar la sociedad del siglo XXI”. Facultad de Comunicaciones Pontificia Universidad Católica de Chile. Consulta (02/23/2017). Disponible en: <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/417/395> 28/07/2016. P.115.

<sup>110</sup> Ibidem. P.116.

“En los nuevos entornos digitales, Salaverría (2007) fundamenta su apuesta formativa en dos pilares: la innovación y la renovación. La innovación corresponde a la exploración de nuevos lenguajes y modelos editoriales específicos del ciberespacio. Por su parte, la renovación comprende la actualización de todas las disciplinas periodísticas clásicas a la luz de las mudanzas propiciadas por el impacto digital en la profesión. El reto consiste en formar periodistas multiplataforma que, además de conocer y respetar los valores clásicos del periodismo-honestidad, imparcialidad, espíritu crítico...-, estén preparados para cumplir con su quehacer profesional en cualquier medio, ya sea impreso, audiovisual o interactivo. (p.4)”.<sup>111</sup>

### **Las nuevas tendencias para darse a conocer: Los “youtubers”**

En las universidades, no solo se está encovando enseñar a periodistas o comunicadores a redactar noticias, se enseña también a dirigir a los discentes en el mundo de los *community managers* y también a los que hacen comunicación a través de plataformas en *You Tube*. A nivel global, un periodista tiene que competir con las redes sociales, cibernautas y toda plataforma que haga noticias; hasta con robots que digitan textos.

Los youtubers están cada día usurpando la oportunidad a otros comunicadores, a nivel de Latinoamérica se evidencia en estos casos:<sup>112</sup>

- Werevertumorro (México). 8,982,463 subscriptores. Comenzó en canal el 27 de febrero de 2007. Sus videos son humorísticos, usualmente de situaciones que nos pasan en la vida diaria como noviazgos, mejores amigos, aficiones, etc. Ha tenido a celebridades como invitados especiales, tales como Megan Fox y Eugenio Derbez.
- Hola Soy Germán (Chile), 20,144,998 subscriptores. Comenzó en canal el 8 de septiembre de 2011. Ocupa el tercer lugar como el youtuber con más subscriptores en el mundo, ganándole a celebridades como One Direction, Rihanna, Katy Perry, Ellen DeGeneres, entre otros. German Garmendia recibió el premio de “Icono Digital” en los premios MTV Millennial Awards.

En El Salvador es ingeniosa la forma como una persona puede darse a conocer a nivel mundial, el caso del “youtuber” Fernanfloo ha ganado Botones de oro y plata, el de oro es por tener un millón de suscriptores en YouTube; el de plata, 100,000 suscriptores. Con esto los paradigmas en las comunicaciones han cambiado vertiginosamente.

---

<sup>111</sup> Ibidem. P. 118

<sup>112</sup> “Los diez youtubers más populares de América”. Bussines Review América Latina. Publicado 26 de noviembre de 2014. Disponible en: <http://www.businessreviewamericalatina.com/liderazgo/1189/Los-10-Youtubers-ms-populares-en-Amrica-Latina> 10/08/2016

Una persona puede salir del anonimato con solo el hecho de estar editando videos con un celular. No se necesita de gran tecnología para poder editar videos. Es algo que los docentes universitarios que enseñan comunicaciones deben meditar. Lo que hacen las nuevas tecnologías. En fecha 21 de julio de 2016, Fernanfloo tenía más de 13 millones de suscriptores.<sup>113</sup>

Es irrisorio pensar que alguien puede estar desde su casa haciendo lo que miles de estudiantes de comunicaciones piensan: tener los quince minutos de fama, como expresó Andy Warhol: ¿Es posible que esta tendencia sea la que gobierne la Internet?

Una salida a la calle es suficiente para que evidencien que la juventud está conectada a un smartphone, aparato el cual ayuda a un comunicador, sin embargo su mala utilización puede entorpecer el aprendizaje.

El otro caso del salvadoreño que hasta se ganó una beca para estudiar producción audiovisual es de “Little Viejo”. Veamos “Iván Bustillo, soñador y gracioso, ha movido su hogar hacia Arkansas, en los Estados Unidos, para seguirse preparando en la producción audiovisual, su máxima pasión. Para quienes no lo conocen aún, el ‘compatriot’ se convirtió en una celebridad en las redes sociales en El Salvador hace casi tres años, cuando decidió que quería ser parte de los videobloggers de Youtube. Ese día colocó en su canal un sencillo monólogo, recreando su vida personal o detalles sobre sus más cercanos”.<sup>114</sup>

### **La forma de adecuar el currículo de parte de los coordinadores en las carreras de comunicaciones en algunas universidades salvadoreñas**

Es necesario que las universidades contemplen el cambio curricular y las nuevas tecnologías para el aprendizaje.

En el Plan de estudio Licenciatura en Periodismo Universidad en El Salvador, carrera que pertenece a una universidad que nació hace 175 años, por lógica tendría que ser la mejor universidad de El Salvador; la cuestión es que tiene competencia, las universidades privadas. En la carrera Licenciatura en Periodismo se destaca lo siguiente:

Analicemos primero su Misión: “Formar profesionales del periodismo, conscientes de la realidad en la que se desempeñan, apegados al rigor científico que lleve a la proyección de la verdad, difusión de conocimientos, conservación y promoción de la cultura y la preservación del ambiente”. En esta

---

<sup>113</sup> Botón de oro y plata de YouTube Fernanfloo. Publicado 16 de mayo del 2015. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=qmxYSvWk5hg>. Consulta 30/01/2017

<sup>114</sup> “Little Viejo regresa a YouTube desde otras tierras”. Publicado 03/09/2014.

<http://www.laprensagrafica.com/2014/09/03/little-viejo-regresa-a-youtube-desde-otras-tierras>. Consulta 25/02/2017.



Visión se destaca “Desarrollar e impulsar el periodismo para fortalecer y consolidar las comunicaciones sociales...”.

En ningún momento se menciona que se conecta a las nuevas tecnologías o procesos de enseñanza-aprendizaje acoplados con la modernidad.

<div>  <div> <b>Universidad de El Salvador</b>  <b>Facultad de Ciencias y Humanidades</b>  <b>Carrera:</b>  <b>Licenciatura en Periodismo</b> </div> <div>  <b>L10409</b> </div> </div>										
Plan de Estudios 1993										
CICLO I	CICLO II	CICLO III	CICLO IV	CICLO V	CICLO VI	CICLO VII	CICLO VIII	CICLO IX	CICLO X	
ESB114 ESTRUCTURA SINTÁCTICA DEL ESPAÑOL 4	LRB114 LECTURA Y REDACCIÓN ESPAÑOLA 4	IPU114 INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD 4	RPI114 RELACIONES PÚBLICAS 4	RPM114 REDACCIÓN PERIODÍSTICA PARA MEDIO IMPRESO 4	DOP114 DOCUMENTACIÓN PERIODÍSTICA 21,22 4	PRT114 PRESENTACIÓN DE NOTICIAS PARA RADIO Y TELEVISIÓN 21,22 4	PCE114 POLÍTICAS INFORMATIVAS Y CULTURALES EN EL SALVADOR 4	PCU114 PERIODISMO CULTURAL 4	SPP114 SEMINARIO TALLER DE PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA 180 UV. 4	
LAP114 INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO 4	SMG114 SEMOTICA GENERAL 4	TMB114 TECNOLOGÍA DE LOS MEDIOS IMPRESOS I 4	TMO114 TECNOLOGÍA DE LOS MEDIOS IMPRESOS II 4	RBT114 REDACCIÓN PERIODÍSTICA PARA RADIO Y TELEVISIÓN 6,9 4	PEN114 PERIODISMO ECONÓMICO 24 4	DIN114 DERECHO DE INFORMACIÓN 21,22 4	CDI114 CRÍTICA DE CINE 29 4	PBR114 PRODUCCIÓN DE NOTICIEROS PARA RADIO 31 4		
FMI114 FUNDAMENTOS DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA 4	MSE114 MOVIMIENTOS SOCIALES EN EL SALVADOR I 4	SMI114 SEMOTICA DE LA IMAGEN 4	DPE114 DOCTRINAS POLÍTICAS Y ECONÓMICAS 4	TMA114 TECNOLOGÍA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES I 4	STP114 SEMOTICA DEL TEXTO PERIODÍSTICO 7,21 4	AIN114 AGENCIAS INFORMATIVAS 4	PTV114 PRODUCCIÓN DE NOTICIEROS PARA TELEVISIÓN 4	PAL114 PERIODISMO ALTERNATIVO 4		
TCI114 TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN 4	TCI214 TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN II 4	MSE214 MOVIMIENTOS SOCIALES EN EL SALVADOR II 4	FPF114 FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA 4	INE114 INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA 4	TMA214 TECNOLOGÍA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES II 4	PDI114 PERIODISMO DEPORTIVO 22,39 4	OPU114 OPINIÓN PÚBLICA 35 4	ISA114 INFORMACIÓN Y SOCIEDAD ACTUALES 36 4		
IN114 INGLÉS INTENSIVO I 4	IN214 INGLÉS INTENSIVO II 4	IN314 INGLÉS INTENSIVO III 4	IN414 INGLÉS INTENSIVO IV 4	PIC114 POLÍTICA INTERNACIONAL CONTEMPORÁNEA 4	PRC114 POLÍTICA REGIONAL CONTEMPORÁNEA 25 4	PVI114 PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN I 21,22 4	PVI214 PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN II 35 4	RPE114 ÉTICA PERIODÍSTICA 4	COB. NOMBRE DE ASIGNATURA CLV. / REG. 40	
										TOTAL UV. 184
APROBADO POR EL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO SEGÚN ACUERDO N° 113-91-951 (VI) DE FECHA 16 DE JUNIO DE 1994. Modificación de Unidades Valorativas APROBADO POR EL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO SEGÚN ACUERDO N° 162-99-2003 (IV-1.2) DE FECHA 27 DE OCTUBRE DE 2003.										

Fuente: Plan de Estudios, Licenciatura en Periodismo. Facultad de Ciencias y Humanidades. Universidad de El Salvador. Disponible en:  
<http://www.humanidades.ues.edu.sv/articulos/licenciatura-en-periodismo>. Consulta  
 24/01/2017.

Como se observa en la página web, desde el 16 de junio de 1994 está vigente este plan, nada más se han realizado cambios en la modificación de las unidades valorativas.

En seguida se analiza la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”.

Pensum de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social									
<div> <div>No Asignatura</div> <div> <div>Asignatura</div> <div>UV - Periodo</div> <div>Cód. materia</div> </div> </div> <div> <div>PROCESO DE GRADUACIÓN</div> <div>U.V. 162 - CUM 7.0</div> </div>									
CICLO I	CICLO II	CICLO III	CICLO IV	CICLO V	CICLO VI	CICLO VII	CICLO VIII	CICLO IX	CICLO X
1	5	9	13	17	21	25	29	33	37
Introducción al Lenguaje	Teoría de la Comunicación	Semiotica de la Cultura	Comunicación Aplicada	Periodismo I	Periodismo II	Periodismo III	Periodismo Multimedia	T de Noticias Informativas y Entrevistas	Taller de Consultas de Comunicación
4 UV	4 UV	4 UV 1	4 UV	4 UV 8	4 UV 17	4 UV 21	4 UV 15	5 UV 122 UV	5 UV 122 UV
110184	110223	110191	110224	110194	110197	110201	110314	110207	110211
2	6	10	14	18	22	26	30	34	38
Filosofía y Comunicación	Filosofía Social Contemporánea	Investigación Cuantitativa	Investigación Cualitativa	Comunicación y Organización	Diagnóstico y Planificación de la Com.	Estrategias de Comunicación	Administración para Comunicadores	Taller de Reportaje	Taller de Campañas de Comunicación
4 UV	4 UV	4 UV 5	4 UV 10	4 UV	4 UV 18	4 UV 22	4 UV 18	5 UV 122 UV	5 UV 122 UV
100312	100313	110296	110297	110195	110198	110205	110206	110208	110212
3	7	11	15	19	23	27	31	35	39
Historia Contemporánea	Realidad Nacional	Sociedad y Sistema Político	Com y Nuevas Tecnologías	Producción Radiofónica	Diseño y Diagramación	Producción Audiovisual	Ética de la Comunicación	Taller de Periodismo Especializado	Taller de Medios para la Comunicación
4 UV	4 UV	4 UV	4 UV	4 UV 6	4 UV 15	4 UV 19	4 UV	5 UV 122 UV	5 UV 122 UV
100284	050208	050168	110298	110192	110199	110203	100134	110209	110213
4	8	12	16	20	24	28	32	36	40
Redacción I	Redacción II	Optativa Humanística y Social	Optativa Humanística y Social	Optativa Humanística y Social	Optativa Humanística y Social	Optativa Técnica	Optativa Técnica	Taller de Periodismo Multimedia	Taller de Validación y Evaluación
4 UV	4 UV 4	3 UV	3 UV	3 UV	3 UV	3 UV 62 UV	3 UV 62 UV	5 UV 122 UV	5 UV 122 UV
110185	110187							110315	110214

Fuente: Pensum de la carrera Licenciatura en Comunicación Social.

Disponible en:

[http://www.uca.edu.sv/upload\\_w/file/pensum/fcsh/lic\\_comunicacion\\_social.pdf](http://www.uca.edu.sv/upload_w/file/pensum/fcsh/lic_comunicacion_social.pdf) Consulta 10/02/2017.

Se destaca en este p nsu m que los estudiantes tienen más acceso a tecnologías, en el caso de las siguientes asignaturas: Taller de periodismo multimedia y Periodismo Multimedia, se corrobora que est n más acordes al aprendizaje de nuevas tecnologías en periodismo. No se quiere decir que en las asignaturas que enseñan en la carrera de periodismo en la Universidad de El Salvador, no tengan aprendizajes de multimedios o los procesos vanguardistas, eso sí, pareciera que cada maestro o alumno tiene el libre albedrío de tomar cursos extras o encaminarse a los nuevos conocimientos que en las universidades no se est n enseñando.

  Actualmente, tenemos otros recursos culturales, comunicativos y didácticos a nuestra disposición en las aulas de la educación superior: multimedia, redes sociales y tecnologías didácticas, entre otros. Necesitamos diseños curriculares más flexibles, con una organización menos lineal que los planes de estudio. Los objetivos didácticos deben orientarse a procesos, no solo a hechos; y a preguntas, no solo a datos  .<sup>115</sup>

<sup>115</sup> Pauline, Martin.   Transformaci  n de la educación en la era digital  . *Directora de la Maestría en Política y Evaluación. Educativa. Disponible en:* <http://www.uca.edu.sv/noticias/texto-2902>.

En fin, la transformación de la educación superior en la era digital pasa por una reflexión filosófica sobre la razón de ser de la educación: una psicocognitiva sobre los cambios en el aprendizaje y una pedagógica que nos impulsa a actualizar las formas de enseñar. El reto es convertir las tecnologías de la información y la comunicación en tecnologías para el aprendizaje y el conocimiento, fortaleciendo así la formación universitaria.

Como se mencionó, las tendencias van haciendo que las mismas universidades se adapten. Los estudiantes desean tener prácticas educativas, laboratorios especializados para poder aprender más y tener capacidades y habilidades para ir al mercado laboral. Es más, el emprendimiento de su propia empresa es otro tema que se debe involucrar más.

Retomo el trabajo de maestría que estudié, en donde incorporo la importancia de las prácticas educativas:

“Los medios de comunicación han cambiado su forma de transmitir, la televisión, de una forma análoga a digital; los periódicos están desapareciendo físicamente, existen más de forma digital o electrónicos; las radios son más fáciles de operar con tecnologías modernas, ahora podemos escuchar una emisora de cualquier país a través de Internet.”<sup>116</sup>

“Un problema típico de ciertas licenciaturas en audiovisual o publicidad en ciudades europeas, es que se orientan tan sólo en el aspecto práctico, dejando de lado la teoría, que al final es lo que más perdura en el tiempo. Aquí evidentemente predomina el factor mercantilista, que felizmente aún es un mal ajeno a numerosos centros de enseñanza, localizados desde la Patagonia hasta California”.<sup>117</sup>

La Universidad Tecnológica de El Salvador enfoca en el proceso de graduación módulos acordes a la tendencia actual de las comunicaciones 2.0. Veamos:<sup>118</sup>

- Comunicación virtual.
- Marketing digital.
- Campaña de publicidad 2.0.
- Estrategias Gráficas 2.0.
- Estrategias Audiovisuales 2.0.

---

<sup>116</sup> López Eguizábal, Fidel Arturo. (2010) “Importancia de las prácticas educativas en la carrera de Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Francisco Gavidia.” Maestría de tesis, Universidad de El Salvador, p. 3.

<sup>117</sup> *Ibidem*. P17

<sup>118</sup> Facultad de Ciencias Sociales. Licenciatura en Comunicaciones. Universidad tecnológica de El Salvador. Disponible en: <http://www.utec.edu.sv/Inicio/Facultades/Ciencias-Sociales/Licenciatura-Comunicaciones>. Consulta 10/08/2016

- Proyecto de Comunicación 2.0.

En la carrera Técnico en Mercadeo Digital<sup>119</sup>, se visualiza lo que también debe aprender un comunicador moderno. Entre algunas competencias de especialidad están:

- Utilizar herramientas de la comunicación para el logro de los objetivos empresariales.
- Planificar estrategias de mercadeo bajo el enfoque del servicio al cliente.
- Planificar estrategias de mercadeo bajo el enfoque digital.
- Comercializar bienes y servicios por internet.
- Desarrollar nuevos productos y servicios para ampliar la oferta de la compañía.
- Desarrollar campañas de comunicación digital que respondan a criterios del consumidor.
- Desarrollar campañas publicitarias que respondan a criterios estratégicos.

La Universidad de Guadalajara, México, ofrece la carrera de Licenciatura en periodismo Digital, en donde presenta qué habilidades deben poseer los aspirantes, así:<sup>120</sup>

- Capacidad para identificar fenómenos y problemáticas relacionadas con los procesos de producción y difusión de información.
- Habilidad para el trabajo colaborativo y en red.
- Actitud de servicio y compromiso social para mejorar el entorno a través de un trabajo profesional y ético.
- Capacidad para redactar de forma clara y precisa.
- Poseer conocimientos básicos en computación y navegación en Internet.
- Capacidad de autogestión en la organización del tiempo que se dedicará al programa de licenciatura.

---

<sup>119</sup> Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Tecnológica de El Salvador. Disponible en: [http://www.utec.edu.sv/utec\\_nuevoingreso/carre\\_tec\\_mercadeo\\_digital.php](http://www.utec.edu.sv/utec_nuevoingreso/carre_tec_mercadeo_digital.php) Consulta 28/02/2017

<sup>120</sup> Licenciatura en Periodismo Digital. Universidad de Guadalajara. Disponible en: <http://www.centroperiodismodigital.org/sitio/?q=noticia/ultimos-dias-para-postularse-la-licenciatura-en-periodismo-digital-0> Consulta 22/01/2016.

Las entrevistas a catedráticos universitarios sirven para identificar cómo los directores y los coordinadores de las carreras de comunicaciones identifican el FODA. El licenciado Mario Cantarero, coordinador de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Francisco manifestó lo siguiente:

**¿Cómo percibe la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG con otras carreras en comunicaciones en el país?**

“La carrera de Relaciones Públicas y comunicaciones de la UFG se ubica entre el grupo de carreras de comunicaciones generalistas en el país, en donde prácticamente se les enseña conocimientos enciclopedistas y dispersos del área de conocimiento, digo esto porque hay otro grupo de universidades que ofrecen la carrera de manera más especializada, como la Universidad Don Bosco y la Escuela de Comunicaciones Mónica Herrera”.

**¿Qué sugerencias propone usted como catedrático, licenciado Cantarero, para mejorar las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG?**

“Equipar con más equipo de laboratorios, para las prácticas comunicativas, contratar profesores con experiencia en los medios de comunicación y la formación de profesores en las nuevas tecnologías de la comunicación”.

Se concluye entonces que las universidades, los maestros y los estudiantes tienen que estar siempre aprendiendo sobre las nuevas tecnologías para el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Entrevista con la licenciada Arely Franco, Jefa del Departamento de Periodismo de la facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

**¿Los alumnos de periodismo están aprendiendo con las nuevas tecnologías para aplicarlas en sus trabajos?**

Sin duda alguna nuestros estudiantes vienen trabajando desde hace algún tiempo no sólo en el conocimiento y el manejo de las TIC, sino también se procura que desde el ámbito de competencia de cada asignatura puedan aplicarlas, ya sea en las tareas que deben presentar o bien, de cara al momento en que tengan que desempeñarse como profesionales del periodismo, aun si es un conocimiento general, no como especialización. Cabe decir que en gran medida eso se debe a que en nuestro Departamento adolecemos de la falta de recursos en relación con la población estudiantil, ya que los equipos y recursos tecnológicos resultan ser insuficientes como para atender de forma efectiva a la gran cantidad de estudiantes activos en la carrera de Licenciatura en Periodismo. Por otra parte, se procura actualizar

los programas que sirven para el diseño de medios impresos o para la edición de audio y video; también se viene trabajando desde hace un par de años con Aulas Virtuales; pero como acompañamiento de la clase presencial, no en sustitución de esta última. Por su parte, muchos estudiantes cuentan con recursos tecnológicos propios que les permiten hacer y enviar trabajos vía electrónica, utilizarlos en actividades prácticas en clase, entre otros aspectos.

### **¿Las asignaturas están impartiendo temáticas sobre la era virtual como MOOCS, radios virtuales, edu web, la nube, etc.?**

Nuestra Licenciatura no utiliza *MOOCS*, pero sí se ha trabajado en otros recursos como canales virtuales en *You Tube*; también la Nube, plataformas educativas como Moodle y justo esta semana hemos recibido una capacitación para el uso de EDMODO, y unos docentes están trabajando en la implementación de un canal de TV virtual en este momento. Se estuvo trabajando en un periódico digital, pero en este momento no está funcionando. No obstante, vale mencionar que institucionalmente la Universidad ya está ofreciendo carreras en línea y se espera que la oferta se vaya incrementando progresivamente; pero por el momento, no es nuestro caso.

El panorama en otras universidades latinoamericanas tiene otro contexto, en donde se evidencia que le apuestan a las nuevas formas de comunicación, a saber: “Los nuevos estudios de Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad Antonio de Nebrija tienen como fin la formación integral de profesionales capaces de desarrollar su carrera en los ámbitos del cine, la televisión, la radio o los entornos multimedia, tanto los perfiles más técnicos como en los artísticos. En esta titulación, los alumnos profundizan en conocimientos generalistas acerca de los medios audiovisuales, así como en ámbitos técnicos y procesos como la capacidad expresiva en diferentes medios y formatos, el guión, la cámara, el sonido, la edición, la realización, la producción o la gestión de empresas audiovisuales, a los que se suma un atractivo enfoque cultural y humanista”.<sup>121</sup>

### **Las tendencias modernas al utilizar redes sociales u otras tecnologías**

A continuación incorporo un ejemplo de las prácticas que realizan los alumnos que estudian carreras en comunicación audiovisual. Claudia Ayuso, estudiante de audiovisuales manifiesta: “La carrera de comunicación audiovisual no es solo cine, sino que también tiene asignaturas orientadas hacia

---

<sup>121</sup> Ibídem. P. 20

la televisión, a la radio por ejemplo...”.<sup>122</sup> Además especificó que lo aprendido le ha ayudado para hacer cortos, ya sea videos en YouTube. ¿Se necesita estudiar en una universidad para aprender a realizar este tipo de actividades? ¿El aprendizaje empírico puede desarrollar a una persona en el mundo de las comunicaciones?

Las tecnologías modernas hacen que la práctica sea más rápida e interactiva. Se evidencia que los paradigmas van cambiando.

### **Propuestas a un cambio de paradigma en las enseñanzas de las comunicaciones.**

Si se le preguntase a un alumno: ¿Qué desea aprender en la carrera de comunicaciones?, se tendría variadas respuestas. Algunas de las propuestas en la presente investigación son:

- Contratar docentes con las capacidades para impartir cada asignatura.
- Cada escuela de comunicaciones tiene que tener entre 20% a 30% de graduados en doctorados.
- La digitalización de las carreras en el área de comunicaciones o periodismo.
- Realizar prácticas educativas en los medios de comunicación.
- Estar siempre en la vanguardia en las tendencias modernas en el área de las comunicaciones. Véase la digitalización de las cadenas televisivas.
- Aprender las versiones modernas aplicables en los diferentes medios de comunicación, prensa escrita, televisión, radio, redes sociales e Internet.
- Las universidades deben tener el equipo moderno y nuevas formas de enseñar periodismo.<sup>123</sup>

---

<sup>122</sup> Ayuso, Claudia. Mi carrera: Comunicación Audiovisual en inglés.

<https://www.youtube.com/watch?v=dAHPHM75SeY> Publicado 14 de mayo del 2014.

<sup>123</sup> Morales, Marta. “Cinco nuevas formas de enseñar periodismo en la Universidad”. Blog. Curiosidades de social media. <https://martamoralescastillo.wordpress.com/2013/07/31/5-nuevas-formas-de-ensenar-periodismo-en-la-universidad/> Consulta 26/12/2016.

## **Conclusiones**

Las tecnologías de la información y las comunicaciones son las que han hecho que se cambien las currículas en las universidades en donde se enseñan las carreras de comunicaciones. Por lo tanto, se debe enseñar y discutir con los discentes, en foros, en los medios de comunicación y al público en general los nuevos paradigmas en el mundo de las comunicaciones. Las carreras virtuales son un ejemplo del avance y la validez que hasta los mismos maestros deben incorporarse a nuevos aprendizajes; sino los estudiantes llevarán la delantera. Se verifica que universidades como: Universidad Centroamericana José Simeón Cañas cuenta con un mejor pensum en la Licenciatura en Comunicación Social.

Es imprescindible que las escuelas de comunicaciones cuenten con maestros capacitados, equipo tecnológico de punta, material pedagógico y didáctico moderno y el deseo de aprender cada día un nuevo avance en las comunicaciones, ya sea una conexión o videoconferencia, chats, Facebook Live, cursos libres online como MOOCS y todo lo que ayude para comunicarse eficaz y eficientemente.

El uso de un smartphone, logra acceder a todo tipo de información. Por lo tanto, las escuelas de comunicaciones, en donde sus maestros y estudiantes, deben estar siempre prestos a utilizar las tecnologías para poder comunicarse de muchas maneras. Para poder realizar periodismo de una forma más eficaz y eficiente, para poder darse a conocer con solo el hecho de abrir una cuenta en YouTube.

El claustro universitario y el sistema que compone todo el aprendizaje, deben de llevar a mejores niveles de enseñanza. Se comprueba que los alumnos se inscriben en donde la universidad posea los mejores recursos. En América Latina existe una gama de centros de estudios y no todos cuentan con el equipo idóneo para poder tener las habilidades y destrezas que un comunicador necesita obtener en pleno siglo XXI. Los paradigmas cambian aceleradamente cuando se trata de tecnología, por ello las universidades deben estar siempre en la vanguardia.



## **Bibliografía**

- Ayuso, Claudia. Mi carrera: Comunicación Audiovisual en inglés. <https://www.youtube.com/watch?v=dAHPHM75SeY> Publicado 14 de mayo del 2014.
- Botón de oro y plata de YouTube. Fernanfloo. Publicado 16 de mayo del 2015. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=qmxYSvwk5hg>. Consulta
- Blásquez Sevilla, Alegría. “Herramientas 2.0 para el docente”. Publicado 28/07/2016. Universidad Politécnica de Madrid. Disponible en: <https://miriadax.net/web/herramientas-20-para-el-docente>.
- Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Tecnológica de El Salvador. Disponible en: [http://www.utec.edu.sv/utec\\_nuevoingreso/carre\\_tec\\_mercadeo\\_digital.php](http://www.utec.edu.sv/utec_nuevoingreso/carre_tec_mercadeo_digital.php)
- Facultad de Ciencias Sociales. Licenciatura en Comunicaciones. Universidad tecnológica de El Salvador. Disponible en: <http://www.utec.edu.sv/Inicio/Facultades/Ciencias-Sociales/Licenciatura-Comunicaciones>. Consulta 10/08/2016
- Forbes México. “Relaciones Públicas Digitales: 7 tendencias en la mira para 2016” Publicado noviembre 30 de 2015. Disponible en: [http://www.forbes.com.mx/relaciones-publicas-digitales-7-tendencias-en-la-mira-para-2016/?utm\\_content=buffer3f888&utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter.com&utm\\_campaign=buffer#gs.=GhqEXE](http://www.forbes.com.mx/relaciones-publicas-digitales-7-tendencias-en-la-mira-para-2016/?utm_content=buffer3f888&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer#gs.=GhqEXE)
- Grisales, Jorge Manrique. “Enseñar periodismo para leer y narrar la sociedad del siglo XXI”. Facultad de Comunicaciones Pontificia Universidad Católica de Chile. Consulta (02/23/2017). Disponible en: <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/417/395>
- Haak Leak, Sulmont. (2004) “La Universidad virtual en la era virtual y el desarrollo de dispositivos de formación (Virtual University and the development on learning structures). Universidad Peruana de Ciencias aplicadas, Perú.
- Licenciatura en Periodismo Digital. Universidad de Guadalajara. Consulta 22/011/2016 Disponible en: <http://www.centroperiodismodigital.org/sitio/?q=noticia/ultimos-dias-para-postularse-la-licenciatura-en-periodismo-digital-o> .

- “Little Viejo regresa a YouTube desde otras tierras”. Publicado 03/09/2014. <http://www.laprensagrafica.com/2014/09/03/little-viejo-regresa-a-youtube-desde-otras-tierras>. Consulta 25/02/2017.
- López Eguizábal, Fidel Arturo. (2010) “Importancia de las prácticas educativas en la carrera de Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Francisco Gavidia.” Maestría de tesis, Universidad de El Salvador.
- “Los diez youtubers más populares de América”. Bussines Review América Latina. Publicado 26 de noviembre de 2014. Disponible en: <http://www.businessreviewameralatina.com/lide-razgo/1189/Los-10-Youtubers-ms-populares-en-Amrica-Latina> Consulta 10/08/2016
- Martín-Barbero, Jesús. (2007) “Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación”. Comunicación/Educación. Textos de la Cátedra de Comunicación y Educación. Santafé, Bogotá, Colombia, 2017. Disponible en: <http://educ.blogspot.com/2007/04/jess-martn-barbero-heredando-el-futuro.html>
- Morales, Marta. “Cinco nuevas formas de enseñar periodismo en la Universidad”. Blog. Curiosidades de social media. Consulta 26/12/2016 Disponible en: <https://martamoralescastillo.wordpress.com/2013/07/31/5-nuevas-formas-de-ensenar-periodismo-en-la-universidad/>.
- Moro rodíguez, Manuel José. “La Nube y sus aplicaciones profesionales y educativas”. Universidad Pontificia de Salamanca. Publicado 28/08/2016. Disponible en: <https://miriadax.net/web/la-nube-y-sus-aplicaciones-profesionales-y-educativas>.
- Orozco Gómez, Guillermo. “¿Qué condicionamientos enfrentan las audiencias modernas?” -Crónica Z Publicado 11 de enero del 2011. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=NiWr4xXaSnA> Consulta 10/12/2016
- Pauline, Martin. “Transformación de la educación en la era digital”. Directora de la Maestría en Política y Evaluación. Educativa. Disponible en: <http://www.uca.edu.sv/noticias/texto-2902>.

Pensum de la carrera Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas. El Salvador. Disponible en: [http://www.uca.edu.sv/upload\\_w/file/pensum/fcsh/lic\\_comunicacion\\_social.pdf](http://www.uca.edu.sv/upload_w/file/pensum/fcsh/lic_comunicacion_social.pdf)

“Perspectivas Tecnológicas Educación Superior en Iberoamérica 2012-2017. Disponible en: [http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/17021/6/horizon\\_iberamerica\\_2012\\_ESP.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/17021/6/horizon_iberamerica_2012_ESP.pdf).

Plan de Estudios, Licenciatura en Periodismo. Facultad de Ciencias y Humanidades. Universidad de El Salvador. Disponible en: <http://www.humanidades.ues.edu.sv/articulos/licenciatura-en-periodismo> Consulta

Radio Guanacos online. [https://m.facebook.com/Guanacos-Online-1622654334671352/?\\_\\_mref=message\\_bubble](https://m.facebook.com/Guanacos-Online-1622654334671352/?__mref=message_bubble) Consulta 02/03/2017

Rost, Alejandro. “La interactividad en el periódico digital” Publicado enero de 2006. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://red-accion.uncoma.edu.ar/Libros/La-interactividad.pdf>